

SOCIAL MASHUP

O novo cenário de conversação nas redes sociais

//Capítulos

1. O que é Social Mashup
2. Como se aplica ao CRM
3. Quais as vantagens
4. Outras aplicações

O que é Social Mashup?

Chamamos de Social Mashup a interação entre marcas nas redes sociais dentro de uma conversação espontânea. O termo Mashup surgiu da possibilidade de compor canções a partir da mixagens de outras músicas. Esta combinação de múltiplas fontes também é utilizada em vídeos dando origem a uma terceira obra derivada dessa união.

No marketing, esta prática assemelha-se as estratégias de co-branding definida por Kotler como “associação de duas ou mais marcas distintas para desenvolver um produto ou serviço que ofereça duplo valor agregado ao consumidor”. Em Social CRM, o objetivo desse tipo de ação é aproximar o cliente das marcas se utilizando da agenda pública para criar novos conteúdos de SAC com impactos de marketing.

Como se aplica ao CRM?

Para aplicarmos Social Mashup na comunicação das marcas com o consumidor é imprescindível que haja um interesse comum entre as partes, ainda que se tratando de marcas da mesma categoria. Esta aplicação apenas será bem sucedida se planejada para evitar ruídos. Neste caso é imprescindível que a gestão responsável pela interação com o consumidor de cada marca seja horizontal e esteja interligada e comprometida em sustentar a comunicação criativamente.

Recentemente, as redes sociais foram o palco de excelentes cases de Social Mashup. Após terem sido mencionadas por uma consumidora que dizia: “Posso dizer que gosto muito de chocolate quando sigo @KITKAT

e @Oreo ao mesmo tempo hahahaha” ambas as marcas entraram ativamente na comunicação gerada pela consumidora. A primeira pronúncia veio da Kit Kat: “a briga pela afeição de @Laura_ellenxx começou. @Oreo, é a sua vez”.

Deu-se então a largada de uma simples conversação que se tornou uma grande oportunidade de mídia espontânea. Como resposta, a Oreo entrou na briga com simpatia e bom humor “Desculpe, Kit Kat, não conseguimos resistir”.



O desafio deste tipo de ação é integrar o consumidor numa conversa que entrelace os produtos e serviços no incentivo a aproximação dos envolvidos.



É preciso lembrar que este escopo de interação surge apenas quando a empresa tem profissionais engajados e entendidos não apenas do produto, mas das plataformas, do público e de suas pautas de conversação.

Em 1999, quando era inimaginável o mercado social que presenciamos hoje, quatro autores diziam em "The Cluetrain manifesto" que "as empresas precisam ser mais leves e encarar-se menos seriamente. Elas precisam ter um senso de humor". O medo do mercado e sua capacidade de repercussão as colocou numa grande masmorra, interrompendo a conversação que por sua vez interrompeu o que o novo cenário das marcas precisam: relacionamento.

Nós acreditamos no SAC como o novo marketing e no impacto de uma interação de sucesso para a imagem da marca. As redes sociais criaram uma grande sala de bate papo entre empresas e consumidores, onde as melhores histórias são promovidas espontaneamente. Além de simplesmente atender o consumidor, as marcas podem reverter esses esforços em engajamento. Os campeões de Social Mashup sem dúvida são @pontofrio e @netflixbrasil:



Simpatia, espontaneidade, diversão e muito, muito bom humor. Estes são os ingredientes presentes nas ações de Social Mashup que tornam a comunicação muito mais atrativa. A vigésima tese do livro The Cluetrain Manifesto diz "As empresas precisam perceber que seus mercados estão rindo. Delas."



Aviso ao pessoal do Portal Peixeereca Porta dos Fundos e Peixe Urbano:

O Vip's é o melhor lugar para finalizar uma discussão! #ficaadica



Quais as vantagens?

Humanização: a marca, por meio da linguagem, passa a participar da história gerada como integrante ativo da conversação e não mais como objeto de menção.

Expansão de novos mercados: um novo público impactado pela mensagem pode aumentar a frequência de consumo conjunto que são ativados sempre que houver a lembrança de uma das marcas.

Diferença competitiva: o Social Mashup cria uma relação humana e empática, agregando maior valor entre as marca, que se sobressaem frente à concorrência.

Reputação compartilhada: os consumidores atrelam a experiência de consumo com ambas às marcas para definir o sentimento da ação. Por isso, deve haver a cautela de entender a percepção da marca diante do público, antes de entrar numa conversa do tipo.

Outras Aplicações

• PARCERIAS DE CO-BRANDING



COMPARTILHA AÍ PRA DEIXAR OS AMIGOS FAMINTOS TAMBÉM!

Pepsi Brasil
Esse sanduíche com Pepsi parece miragem, paisagem, um sonho! Quem ficou com fome? ol

Like Comment

Aberto: Timeline Photos
Shared with: Public

Open Photo Viewer
Download
Embed Post
Report

Write a comment...

Burger King Brasil Por aqui estão comendo um desses agora!
Unlike Reply · 18 · about an hour ago

Pepsi Brasil Assim o pessoal vai ficar com vontade!
Like · 8 · about an hour ago

Burger King Brasil Que tal chamar todo mundo pra vir comer um aqui?
Like · 9 · about an hour ago

Pepsi Brasil Só se puder pagar com tempinho!
Like · 8 · about an hour ago

Burger King Brasil Vamos conversar sobre isso...
Like · 11 · about an hour ago

Write a reply...



Pontofrio.com @pontofrio 6 jan 12
@mcdonalds_br hauahuahuaahuaahuaahuaahua, vocês viram! OWNNNN NHÓC!
Ocultar conversa Responder Retweeter Favorito Mais

10:07 AM - 6 jan 12 - Detalhes

Pontofrio.com @pontofrio 6 jan 12
@mcdonalds_br Se o Ronald estiver eu danço "Mão na mão, pé com péééé!"
Ocultar conversa Responder Retweeter Favorito Mais

10:08 AM - 6 jan 12 - Detalhes

McDonald's Brasil @McDonalds_BR 6 jan 12
@pontofrio Pode vir! Temos ar condicionado em todos os restaurantes para você se sentir em casa ;)|
Expandir

Pontofrio.com @pontofrio 6 jan 12
@mcdonalds_br Brrrr, do jeito que eu gosto! =)
Ocultar conversa Responder Retweeter Favorito Mais

Pontofrio.com @pontofrio 6 jan 12
@mcdonalds_br Aliás, podia ter Mc Lanche Feliz do Pinguim aqui! Vários bonecos colecionáveis! Vamos conversar.rs
Ocultar conversa Responder Retweeter Favorito Mais

2 RETWEETS

10:18 AM - 6 jan 12 - Detalhes

• OPORTUNIDADES COMERCIAIS



Pontofrio.com @pontofrio
Nossa, ouvi essa música e fiquei com vontade de comer Mc Fish! NHÓC! pingu.im/RockDoRonaldYE... cc @McDonalds BR
11:04 AM - 6 jan 2012

McDonald's Brasil @McDonalds_BR
Vem logo, Pinguimmmmm! RT @pontofrio: Nossa, ouvi essa música e fiquei com vontade de comer McFish! NHÓC! pingu.im/RockDoRonaldYE
11:06 AM - 6 jan 2012



Berriel, V. @vyktorb 19 set
tô em dúvida entre abrir conta no @santander_br ou no @itau. vou ficar com quem vencer 1 batalha de rima entre os dois.

Santander Brasil @SacSantander_br Seguir

@vyktorb Santander é um Banco manero, bom lugar p/ poupar dinheiro. Aqui vc ã perde nada, escolha sua conta combinada zi.cx/4tfm

6:55 PM - 19 set 2013

1.340 RETWEETS 491 FAVORITOS

Berriel, V. @vyktorb 19 set
ooooooooooooorra @SacSantander_br vai deixar????
twitter.com/itau/status/38...

Santander Brasil @SacSantander_br Seguir

@vyktorb Se é pra escolher, o Santander vai responder: Free, Flex, Light, Fit. Decida a que mais combina com você.

7:56 PM - 19 set 2013

788 RETWEETS 304 FAVORITOS

Berriel, V. @vyktorb 19 set
santander vencendo RT @ciromachado: nohhhh @itau vai deixar?
@sacsantander_br @vyktorb

Itaú @itau Seguir

@vyktorb Vc pode conhecer outros bancos e tem a opção de escolher, mas lembre que só o Itaú foi feito para você!

7:44 PM - 19 set 2013

1.062 RETWEETS 409 FAVORITOS

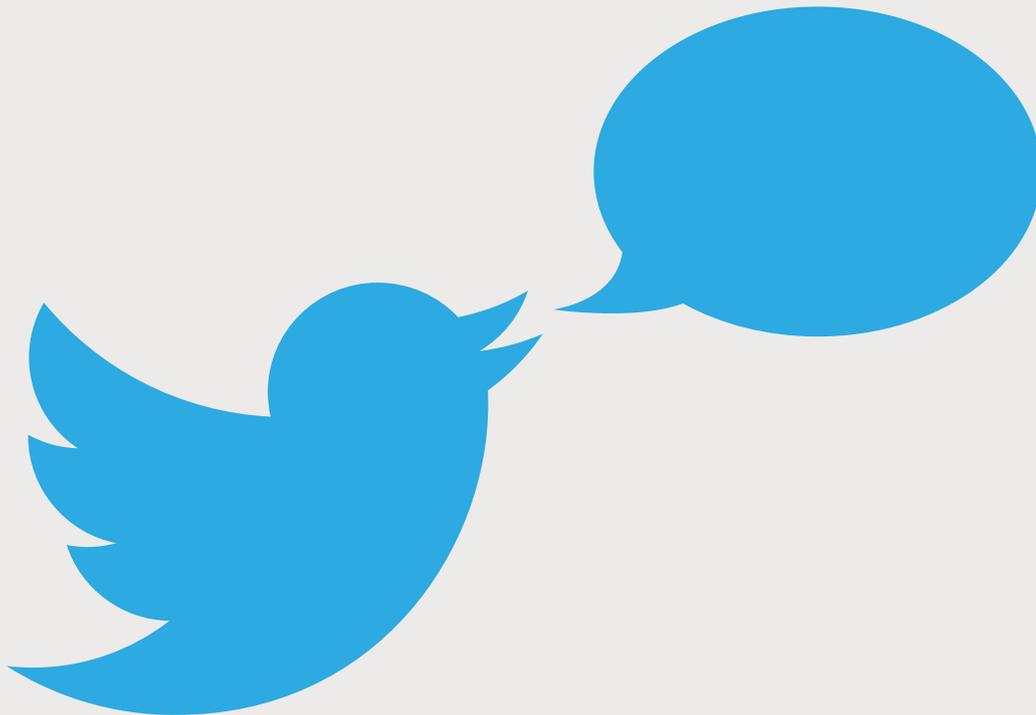
Berriel, V. @vyktorb 19 set
santander vencendo RT @ciromachado: nohhhh @itau vai deixar?
@sacsantander_br @vyktorb

Itaú @itau Seguir

@vyktorb Agências em todo lugar, horário diferenciado e atendimento excepcional. Facilidade para sacar, é só usar a digital.

7:44 PM - 19 set 2013

732 RETWEETS 291 FAVORITOS



Obrigado pela leitura.

e.lifegroup

William Ferreira
E.Life Social CRM | Sales Manager

william.ferreira@elife.com.br
www.elife.com.br

+ 55 11 2339-4928 | Ramal 29
+ 55 11 97621-3590